



| | |
|-------------------|--|
| Personalia | |
| Naam: | Drs. H.M. Hoorn CMC |
| Roepnaam: | Martin |
| Geboortedatum: | 8 juli 1962 |
| Woonplaats: | Leiden |
| Nationaliteit: | Nederlandse |
| Mobiel: | +31 (0)6 27 90 97 65 |
| Blog: | blog.martinhoorn.nl |
| Bedrijf: | HoornConsult (eigenaar) |
| Site: | www.hoornconsult.com |
| E-mail: | martin@hoornconsult.com |



KORT PROFIEL

Martin heeft ervaring in de domeinen Finance, met name Hypotheken, (Schade-)Verzekeringen, Pensioenen, Basis Banking en Retail banking), maar ook in Zorg (-Verzekeringen) en ICT.

Martin heeft ervaring bij de volgende financiële dienstverleners: ING/DI (NN, WUH: Hypotheken), Delta Lloyd Verzekeringen, SNS Bank (Hypotheken), Staalbankiers (Basic Banking), Postkantoren (Retail Banking).

Martin's dienstverlening bestaat uit het geven van Advies en uitvoeren van Project- & Programmamanager (en evt. tijdelijk management van Operationele afdeling) bij financiële dienstverleners t.a.v.:

- Projecten gerelateerd aan financiële producten (wet- en regelgeving, productintroductie / rationalisatie / innovatie / verificatie / migratie, procesoptimalisatie / LeanSixSigma)
- Projecten met veranderkundige en organisatorische aspecten t.a.v. verbetering van de bedrijfsvoering en vergroting van de wendbaarheid ('Agility', invoering HighPerformanceOrganisation-aspecten / Rijnlands organiseren / Organisatieontwikkeling).
- Projecten of organisatorische eenheden op een of combinatie van bovenstaande gebieden die vlot getrokken dienen te worden (interim management).

In zijn dienstverlening onderscheidt hij zich door de volgende eigenschappen: sterk analytische vaardigheden (waar gaat het werkelijk om), outside-in benadering (wat heeft de klant er aan), actiegerichtheid (passie en drive), mensgerichtheid (communicatie naar stakeholders en geven van vertrouwen) en resultaatgerichtheid (streven naar succes).

REFERENTIES

BUSINESS DEVELOPMENT, GERENOMMEERDE CONSULTANCY FIRMA 2009/2010

- Situatie** Verzoek van Consultancy firma om markt voor propositie 'Agility' te verkennen.
- Oplossing** Onderzoek naar en opstellen van Businessplan tbv propositie 'Agility' (wendbaarheid in organisaties tbv worden High Performance Organisatie).
- Resultaat**
- Businessplan Agility (inhoud, marktpotentie, financieel, promotie, planning).



- Presentatie tbv Businessplan.

OPERATIONAL MANAGEMENT: ORDINA FINANCE CONSULTING 2008-2009

- Situatie** Verantwoordelijkheid als business unit manager (2007-2008) en operational manager (2008- 2009) binnen Ordina Finance Consulting. Businessgedreven richting gegeven aan een (deel van een) klantgerichte consultancy organisatie met een duidelijk extern marktprofiel en intern gericht op professionele ontwikkeling.
- Oplossing** Middels ontwikkelplan opbouwen van Consultancy organisatie, met name aandacht voor verbeteren van business development en professionaliteit.
- Resultaat**
- Stijging van gemiddelde facturabiliteit (van 60% naar 65%) en stijging van tarief op inzet (30% in 2 jaar)
 - Groei omzet bij top 10 klanten (van 40% naar 70%) en aanzienlijke groei van aantal FTE 's (50% in 2 jaar) en
 - Verbetering marktpositie door business development (marketing, proposities, relatiemanagement): Verbetering naamsbekendheid (+50%) en toename klantrelaties (+200%)
 - Verbetering van interne operatie: contracten, facturering, budgettering, forecasting (snellere afhandeling, weinig disputen, adequate budgettering)
 - Realisatie van 2000 uur professionalisering (in 2 jaar tijd) en opstellen van Professionaliseringsplan voor Ordina Consulting (600 professionals).
 - Opstellen, uitvoeren en monitoren van Businessplannen 2008 en 2009
 - (doen) Opstellen van visie & trends whitepapers t.a.v. Verzekeren, Hypotheken en Pensioenen.

COMMERCIEËLE CONVERSIE: SNS BANK - 2007

- Situatie** SNS Bank biedt hypotheekproducten aan via diversie labels en heeft een grote variatie aan hypotheekvormen in haar portefeuille. SNS wil naar haar aanbod naar de markt scherper neerzetten ook de huidige hypotheekportefeuille opschonen. Enerzijds is er dus behoefte aan een rationalisatie op rentevarianten en hypotheekvormen, anderzijds dient de noodzaak bepaald te worden om de hypotheekportefeuille (bestaande leningen) om te zetten naar andere hypotheekvormen vanuit diverse perspectieven, zoals onder andere een laag rendement, lage productie, of kwesties tav Zorgplicht.
- Oplossing** Dhr. Hoorn heeft in samenwerking met SNS Bank op basis van een reeds gemaakte analyse van het hypotheek productportefolio (hypotheekvormen en rentevarianten) een analyse gemaakt van de hypotheekportefeuille. Hierbij zijn o.a. juridische, fiscale, actuariële en administratieve aspecten van de hypotheekportefeuille onderzocht. Op basis van dit onderzoek en de daarin geconstateerde risico's zijn voorstellen gemaakt voor de conversie (technisch en commercieel) van de hypotheekportefeuille van de labels BLG Hypotheken, SNS Bank en Regiobank.
- Resultaat**
- **Objectieve beoordeling van huidige hypotheekportfolio tov gewenste portfolio**
De hypotheekportefeuille is door Dhr. Hoorn met SNS objectief en vanuit verschillende perspectieven (juridische, fiscale, actuariële, administratieve, etc.) beoordeeld. Door het gebruik van eenduidige criteria heeft SNS een ondubbelzinnig



inzicht gekregen in de risico's in haar portefeuille.

- **Voorstel voor migratie (technisch en commercieel)**

Op basis van bovengenoemde analyse is per hypotheekvorm en rentevariant voorstel opgesteld voor technische en/of commerciële conversie van bestaande hypotheek naar het beoogde hypotheekproductportfolio.

- **"Roadmap" voor migratie**

SNS Bank heeft met dit onderzoek de basis voor een "roadmap" in handen gekregen waarmee zowel een technische als commerciële conversie kan worden uitgevoerd.

MARKTINTRODUCTIE STARTERSHYPOTHEEK: ING/NATIONALE NEDERLANDEN - 2006

- Situatie** Nationale Nederlanden biedt naast verzekeringen ook hypotheek aan in de markt. En lastige doelgroep is die van de starters op de woningmarkt. Vaak jongen mensen aan begin van loopbaan met nog relatief laag inkomen, maar wel allerlei plannen en wensen. Uitdaging voor NN is het definiëren en introduceren van een hypotheek specifiek gericht op starters en tegelijkertijd te blijven voldoen aan de compliance eisen van AFM in het verstrekken van geldleningen en de zorgplicht.
- Oplossing** Definitie van product Startershypotheek, opstellen business case en opstellen implementatie- en introductieplan. Product en businesscase goedgekeurd door Compliance en vervolgens Directie.
- Resultaat** De introductie omvatte intern de uitwerking van product requirements, inrichting processen en systemen, en opleiding van en communicatie naar de intern organisatie (administratie, commerciële zaken en accountmanagement). Extern omvatte de introductie de voorbereiding en uitvoering van de externe marktintroductie (marketing en communicatie), en masterclasses voor intermediairs. Het project is in een complexe omgeving volgens een op Prince 2 gebaseerde aanpak uitgevoerd, met sterke nadruk op teamwork van en tussen verschillende disciplines

PRODUCTRATIONALISATIE: DELTA LLOYD – 2006

- Situatie** De markt voor agrarische verzekeringen is een echte nichemarkt. Een markt waarin de specifieke behoefte van verschillende agrariërs centraal staat. De product- en marktafdelingen binnen Delta Lloyd die zorg moeten dragen voor innovatie van de producten hebben de laatste jaren onvoldoende tijd gehad om op een gestructureerde wijze naar de aantrekkelijkheid van haar productportfolio in deze markt te kijken. Delta Lloyd heeft de ambitie om binnen drie jaar voor al haar producten een top-2 positie binnen deze markt te verkrijgen.
- Vraag**
1. *Definieer voor de zakelijke agrarische markt de toekomstige verzekeringsproducten.*
 2. *Geef invulling aan de offerte/acceptatie, polisbeheer- en claims processen.*
- De product- en proceseigenschappen een hoge mate van automatische verwerking van aanvragen, mutaties en claims mogelijk maken.
- Oplossing** Succesvolle productportfolio's binnen de agrarische verzekeringsmarkt hebben een unieke identiteit en een eenvoudige samenstelling. Met de Product Innovation aanpak is het team van Delta Lloyd specialisten onder deskundige begeleiding



geprikkelend om niet te kopiëren van de grootste concurrent, maar daadwerkelijk te *innoveren*. Zij zijn onder deskundige begeleiding op zoek gegaan naar optimaal toegevoegde waarde en gemak voor de klant. De Product Innovation aanpak heeft de deelnemers in staat gesteld om enkele cruciale onderwerpen aan te snijden; de samenstelling van het productportfolio, de wijze van distributie, de marktpropositie en alle ondersteunende processen.

Resultaat 1. Nieuw en aantrekkelijk productportfolio

Resultaat is een uitgebreid product voor de agrarische markt waarmee Delta Lloyd en haar andere labels een pakket tegen een aantrekkelijke prijsstelling kan aanbieden. Door dit pakket staat Delta Lloyd in de startblokken om haar marktpositie uit te bouwen en haar ambities waar te maken.

2. Toegenomen business aantrekkelijkheid

De aantrekkelijke prijsstelling is mogelijk door optimalisatie van diverse processen en de hoge mate van geautomatiseerde verwerking. Het gemak voor de assurantietussenpersoon is groot doordat het aantal acceptatievragen dat de klant moet beantwoorden sterk gereduceerd is, wat vanuit sales- en marketingperspectief essentieel is voor succes in deze markt.

3. Betere samenwerking

Deelnemers werden keer op keer geprikkelend om kritisch naar de bestaande proposities te kijken en daarmee uitgedaagd het maximaal haalbare qua dekkingen, prijsstelling, voorwaarden, processen te realiseren. Daarnaast heeft deze aanpak bij de deelnemers het enthousiasme voor het eigen werk, het zelfvertrouwen en de waardering voor de eigen kennis en ervaring doen toenemen.

PORTFOLIOANALYSE: DELTA LLOYD – 2005

Situatie De back-office van Delta Lloyd kampte met een structureel hoog kostenniveau. Oorzaak hiervan waren de vele productvarianten en maatwerk afhandeling van eenvoudige productgerelateerde processen. Daarnaast was er weinig discipline in het vasthouden aan het afgesproken productportfolio. Het gevolg? Het rendement op de producten was niet marktconform en Delta Lloyd boette hierdoor in op haar concurrentiepositie.

Oplossing Dhr. Hoorn heeft voor Delta Lloyd een Product Portfolioanalyse uitgevoerd. Door objectieve businesscriteria en benchmarks het bestaande productportfolio van Delta Lloyd hebben wij een advies uitgebracht om kosten- & procesefficiëntie te realiseren. Ook het gebruik van bestaande kennis van verzekeren is effectiever gemaakt.

Resultaat • Objectieve beoordeling van productportfolio

Het productportfolio is objectief en vanuit verschillende perspectieven beoordeeld. Door het gebruik van eenduidige criteria en de combinatie van in- en externe bronnen heeft Delta Lloyd een ondubbelzinnig inzicht in de markt en businessaantrekkelijkheid van haar producten.

• “Roadmap” voor productinnovatie en –rationalisatie

Delta Lloyd heeft met de Product Portfolioanalyse een “roadmap” in handen gekregen waarmee de basis is gelegd voor productinnovatie en –rationalisatie.

• Beoogde procesefficiëntie per productgroep basis voor businesscase.

De door ons gedefinieerde doelstellingen voor procesefficiëntie per productgroep zorgden ervoor dat Delta Lloyd een stevige basis creëerde voor een business case om de benodigde investeringen te kunnen doen in rationalisatie, innovatie en efficiëntie.

